

実践論文

観光学にかかる大学間連携の取組に関する考察

—関西観光教育コンソーシアムにおける実践—

Collaboration among universities offering tourism program: The case at Kansai Tourism Education Consortium

金岡 純代¹、廣岡 裕一²

Sumiyo Kanaoka, Yuichi Hirooka

1 和歌山大学観光学部観光実践教育サポートオフィス、2 和歌山大学観光学部

キーワード：観光学、大学間連携、コンソーシアム

Key Words：Tourism, Collaboration among universities, Consortium

Abstract：

In recent years, universities in Japan started to collaborate for further development of their research and education. To promote and enhance the tourism education in Kansai area, universities and colleges offering tourism programs established the Kansai Tourism Education Consortium, with the initiative of the Faculty of Tourism at Wakayama University in August 2013. This paper aims to identify problems and discuss future opportunities of the organization. In order to achieve the aim, this paper first raises the current state of tourism education, then introduces the examples of the other consortium's activities, and clarifies issues from the point of universities, companies, and high schools.

I. はじめに

2013年8月、関西圏で観光学を学ぶ大学が連携して、関西観光教育コンソーシアムが設立された。日本は観光立国を実現し、観光産業の国際的競争力を強化することを目指している。そのためには観光に携わる人材の育成は必須である。近年では多くの大学において観光関連分野を取り入れた教育カリキュラムが導入されているが、その知名度が高いとは言えない状態にある。そこで関西観光教育コンソーシアムは「観光学」を広く浸透させるために、単独の大学では実現が難しい「観光学」の発展と社会への発信を進めていくことを設立の目的としている。

設立以来、和歌山大学観光学部内に事務局を配置し、代表幹事に和歌山大学学長の山本健慈が就任し、現学長の瀧寛和へと引き継がれている。事務局長は設立時より観光学部教授の廣岡裕一が務めている。主要な活動として、企業との連携、高校との連携、教育活動・成果報告発表会、それらに関連するイベントの開催など、多岐に渡る。これまでの活動を通じて、関西圏における観光学教育の発展に一定程度貢献したという自負も存在するが、一方でまだまだ多くの課題が存在している。本稿では事務局運営の視点から過去5年間のコンソーシアムの実践を総括し、さらに企業、高校、大学な

どの連携についての課題と今後の展望について考察することを目的としている。

第2章で関西観光教育コンソーシアムが対象としている観光学教育の現状と課題について整理し、第3章で大学コンソーシアムの役割や機能について、他の組織の事例を紹介する。第4章では関西観光教育コンソーシアムの5年間の活動内容についてまとめ、終章では関西観光教育コンソーシアムの現状と課題を、大学、企業、高校の3つの視点からまとめ、今後の方向性について私見を述べることにする。

II. 観光学教育の現状と課題

関西観光教育コンソーシアムは、上記でも述べたように観光学を広く社会に認知させ、単独の大学では実現が難しい観光学の発展と社会への発信を行うことを目的としている。すなわち、観光学教育の発展に貢献することを組織の使命としている。そこで、本章では関西観光教育コンソーシアムの対象とする観光学教育の議論と現状について、先行研究を紹介し、その内容を整理する。

まず山田（2016）によれば、日本の観光教育研究の特徴として3点が指摘されている。第一に20世紀の日本の観光学教育がイギリスでの職業教育重視段階に相当することであ

る。次に21世紀の日本の観光学教育は独自の専門領域として発展をはじめたが、職業選択と強くリンクした実務型の性格を有し、一方で観光事情の実態調査による事例紹介的な研究がその中心を占めてきた。最後に現在の観光学教育も依然として、ある1つの研究領域の中で生成した「追加型」か、追加型が複数領域で発生する「多元型」かのどちらかまたは両方のスタイルで展開してきたとするものである。この結果、多分野から構成される大学院修士課程の持続的増加と、その先端部分としてのごく少数の大学院博士課程の設置という構造が生まれるようになった。

その上で、山田（2016）は日本の観光をめぐる高等教育研究の水準は概して「多元的」の域をでることはなく、かつニューアプローチ段階（New Approaches Phase）といった世界的な方法論・理論ともほとんど双方向的な交渉をもたず、比較的国内に閉じた、いわばガラパゴス的性格をあわせもったものであると結論づけている。ニューアプローチ段階とは、Tribe（2009）が提唱した観光研究の3段階の1つであり、前定型段階（Pre-Paradigmatic Phase）、観光体系段階（Tourism System Phase）に続く最も進化した形態である。

同時に中元（2017）も日本の観光学教育研究がガラパゴス状態であるという意見を支持する。世界レベルでの観光学の発展は1990年代から始まり、現在は「職業重視主義」から「知識重視」の段階に到達しているにもかかわらず、日本の観光学教育・研究はいまだ「職業重視主義」から脱却できず、観光学を担うべき高等教育機関の発展の立ち後れから、その研究対象、方法論においても相対的に評価が低く、補完的位置づけと評価している。また日本の観光学の研究動向は世界と比較して大きく遅れていることが原因で、本来観光学が持つ幅広い産業との関連性を活かした経済、雇用、地域活性化を担う人材の養成の遅れも目立っていることを危惧している。

このような指摘は必ずしも新しいものではない。前田（2015）もまた、観光教育の萌芽期に観光関係人材育成の未熟さを指摘し、その問題として教育指導側と学生・受講者側の2点を指摘している。まず教育指導側の問題として、①専門教育指導ができる教員が不足していること、②「何を」「いかに」教えるかが極めて不明確であること、③その結果としてカリキュラムが成立されていないこと、④各教育レベルにマッチした教材が不足していることがあげられている。

一方で学生・受講者側の問題として、①志望動機・受講理由が曖昧あるいは不明確であることや、②学校での専門職業教育を歓迎しない社会風土があることがあげられる。その上で、このような問題点は現在においても解決されていないことが述べられている。

さらに小畑（2008）は、観光系の大学・学部・学科等の多くが1990年代中期以降の10年間に新設されたものであることを指摘している。そこから新設あるいは短大からの改組を通じて、新しい大学・学部は、ビジネスの世界に当てはめられ

ば、「老舗商売」が色濃い大学にあっては「最後発」であり、偏差値を含めて大学評価の面では厳しい評価が下されることになる。大学の評価を語る時に最も一般的な言葉が「歴史と伝統」であることから考えると、「歴史と伝統」あるブランド私大の新学部でない限り「後発私大」の大学・学部は偏差値では「低位」からの出発となるケースが多い。現状の偏差値による大学入試難易ランキング表から「観光」は高い偏差値の学生にはなじまないと即断するのではなく、設置の歴史と関わって観光系の学部・学科の存する大学のブランド力との関係性をみる必要性を説いている。

同様の趣旨の発言として、矢嶋（2013）があげられる。実務家の立場から従来の大手旅行会社の採用者には観光系学部・学科の卒業生はほとんど存在しないことを問題視した。大手旅行会社のビジネスモデルは大きく変換を迫られる中で、「観光系学部生の知見」が必要な時期を迎えているにもかかわらず、その知見が活用されていないことは日本の観光業界において、大きな問題であると述べている。これは旅行会社と大学の双方の問題であると認識し、そのための課題として、①基礎教育と実務教育の両立と、②旅行会社と観光系学部が連携した人材育成の必要性を唱えている。

上記の議論を要約すると、日本の観光学教育は、世界水準と比較して、いまなお大きく立ち後れており、さらに世界水準を目指すわけでもなく、さまざまな研究分野で多元化し、収斂するにはまだまだ多くの年数を有するといえる。一方で観光学を専攻する学生は一部の「歴史と伝統」あるブランド私大を除いて、学士力や社会人基礎力が評価されておらず、観光業界の求める人物像の間にミスマッチが生じている。政府や観光業界が観光学部に求める人物像は将来の経営層となる人材である。日本の就職活動では従来からスキルよりも人間性を重視する傾向にあるため、観光業界においても観光学部出身者が優先されず、他学部の有能な学生が積極的に採用される傾向にあった。

観光学教育が社会的に認知されるための1つの方策として、優秀な高校生が観光学を専攻することであり、さらに観光学部での学びを通じて、一定のスキルを習得し、そのような有能な学生が観光業界に進み、将来の観光業界を先導する立場になる必要がある。早急にこのようなキャリアパスを提示することがもてられている。このような構造的問題は1つの大学において解消することは困難であり、観光学の社会的地位を向上させるためには何らかの大学間連携が必要となる。その1つの形態として大学コンソーシアムがあげられ、関西観光教育コンソーシアムにおいても同様の組織体制が採用されることになった。このような体制から、関西観光教育コンソーシアムは、観光学教育の発展による社会貢献を目指している。次章では大学コンソーシアムの役割や機能について整理し、その成功事例について述べることにする。

Ⅲ. 大学コンソーシアムの役割と機能

前章で日本の観光学教育の課題として観光学教育が世界水準から立ち後れ、観光学部へ進学する学生が偏差値上、低位であると認識されている傾向を指摘した。その上で解決策の1つとして、観光学の認知度や社会的なプレゼンスをあげることがもてられている。そのためには優秀な高校生の進学先として観光学部を選択してもらい、大学での教育を通じて知識とスキルを獲得した上で観光業界に就職し、将来的には業界を先導するリーダーとして活躍することがあげられる。すなわち人材育成システムの確立、特に入口（入学）と出口（就職）、そしてその間の教育が重要となる。

このような課題は、1つの大学で実現できるものではない。多くの大学が連携して取り組む必要がある。そのためのシステムとして大学コンソーシアムがあげられる。大学コンソーシアムとは大学の相互連携を深めるとともに、地域社会・産業界・行政と協力し、地域社会に貢献することを目的とした組織である。

大学コンソーシアムが全国的に展開されるようになった背景として、文部科学省の「戦略的大学連携支援事業」があげられる。文部科学省は2008年度に国公私立大学の連携による大学教育の充実を支援することを目的とし、同事業を開始した。以来、大学間での教育研究資源の有効活用、また地域における「知の拠点」としての役割を担うため、単位互換やコンソーシアム設立など、大学間連携が活発化している。

全国の大学コンソーシアムの組織の上位に38都道府県の大学コンソーシアム48団体が加盟する「全国大学コンソーシアム協議会（2009年設立）」が存在している。その目的として、各地域の大学コンソーシアム及び大学連携組織の連携を通して情報の交換と経験・研究の交流を積極的に図るとともに、社会に貢献し地域と協力する共同の取組を進め、我が国の高等教育の発展に資することを目的としている。しかしながら、全国大学コンソーシアム協議会はあくまでも各地域の大学コンソーシアムのネットワーク化と意見交換が中心で、実際の活動主体は地域の大学コンソーシアムである。いずれのコンソーシアムも多種多彩なプログラムを作成し、実施している。

田中（2016）は全国大学コンソーシアム協議会に加盟正会員46（2015年当時）の事業内容を調査し、①インターンシップ、②単位互換、③図書館連携、④産官学地域連携事業、⑤高大連携事業、⑥共同研究事業、⑦生涯学習事業、⑧留学生教育・交流事業、⑨学生交流事業の9つの事業に整理した。その中でも、②単位互換と⑦生涯学習事業が2010年まで比較的多数を占めていたが、最近では④産官学地域連携事業、⑥共同研究事業や⑨学生交流事業が増加傾向にあることを指摘している。

このように全国大学コンソーシアム協議会は、各団体がそれぞれの地域の歴史、立地、特性を背景に、地方における高等教育機関と地域社会との連携活動内容を共有できる場を

提供している。そして、その協議会の事務局を担っているのが日本における大学コンソーシアムの代表例である「公益財団法人大学コンソーシアム京都」である。同コンソーシアムは1994年に設立され、2017年現在、京都府内49大学・短期大学のほか、京都府、京都市、京都経営者協会、一般社団法人京都経済同友会、公益財団法人京都工業会、京都商工会議所が加盟している。

単位互換について、大学コンソーシアム京都の事例について紹介する。大学コンソーシアム京都では、1994年から単位互換制度を運用し、現在では約50校の加盟校と協定を締結している。講義形式の科目だけでなく、実習や課題発見・解決型の能動的学習（PBL）を取り入れた科目、また、学生の幅広い関心や興味に応じて、文化、芸術、政治、経済、自然科学など、多種多様な学問分野にわたる科目が提供されている。

単位互換科目はプラザ科目、オンキャンパス科目、およびeラーニング科目に分類される。プラザ科目はキャンパスプラザ京都で単位互換のために開講される科目である。オンキャンパス科目は科目開設大学のキャンパスで開講される科目であり、所属大学以外の他の大学のキャンパスで学ぶことが可能となる。eラーニング科目はe京都ラーニングシステムのVOD（Video On Demand）講義で学習する科目で、VOD講義と対面授業の両方を行う科目も存在する。2016年度には3120人の受講生の受入実績を有する。

生涯学習事業についても大学コンソーシアム京都の事例について紹介する。大学コンソーシアム京都では、生涯学習の一環として大学の授業科目を一般にも提供する「シティーカレッジ」を1997年から京都市と連携して開講した。2007年からは「京（みやこ）カレッジ」と名称を変更し、高度化・多様化する社会人の学習ニーズに応える生涯学習事業として、約40もの大学・短期大学等が特色ある授業科目や公開講座を提供している。

科目の内容としては、①大学講義（大学の正規科目で単位修得が可能な講座）、②市民教養講座（歴史や文化、芸術、語学、健康、社会問題など多彩な公開講座）、③京都力養成コース（京都をより深く学べる特色ある講座）、④教養力養成コース（市民の文化力・地域力を向上するための京カレッジ独自の講座）に分類され、最近では約450の大学提供科目に延べ2,000名に近い出願者数を獲得している状況である。

しかしながら、件数自体は少ないものの、インターンシップが大学コンソーシアムにおいて重点事業になる傾向にある。例えば、光藤（2016）によれば、大学コンソーシアムえひめのインターンシップ・プログラムの立ち上げや内容についてまとめ、キャリア教育において一定の成果が上がっていることを報告している。また大学コンソーシアム京都でもインターンシップ・プログラムに力を入れている。

大学コンソーシアム京都（2017）の具体的な取り組みを紹介

介する。大学コンソーシアム京都のインターンシップ・プログラムは1998年度より本格的に始動し、正規の大学教育の一環として明確に位置づけ、産官学地域連携による教育プログラムとして実施している。実体験と教育研究の融合による「学習意欲の喚起」、「高い職業意識の育成」、「自主性・独創性のある人材育成」を目的として単なる就職のためのインターンシップではないことが特徴である。

プログラムの概要として、プログレスコースと、ビジネスコース・パブリックコースに分類される。プログレスコースは受入企業・団体が提示したテーマを実現するプロジェクト型として実施され、インターンシップ期間は6月から11月の約5か月間で、年1回の実施である。またビジネスコース・パブリックコースは企業・行政機関・非営利組織（NPO・NGO等）において就業体験を行う実践型として実施されている。インターンシップ期間は、7月中旬～9月中旬の間に10日以上で設定され、年1回の実施である。

2017年度は、ビジネスコースで122団体に245名、パブリックコースで33団体に96名の学生が受講した。具体的な業種として、製造、運輸・物流、人材ビジネス、小売・販売・専門、金融・保険・証券など多岐に渡る。また官公庁だけでなく、NPOやNGOなどの法人も存在している。いずれのコースにおいても学生の満足度が高いが、課題も存在している。まずプログレスコースでは、高い教育効果を得られるようプログラムを検討するだけでなく、学生の出願数確保、受入先やコーディネーターとの連携やプロジェクト・マネジメントに関する講義形式での指導の強化があげられる。ビジネスコース・パブリックコースでは1～2日型や採用直結型のインターンシップとは異なる教育効果の高いプログラムを提供する受入先の確保、各受入先の実習内容及び登録情報の明確化、および各大学へ委嘱するコーディネーターの安定的確保のための仕組みの構築の再検討があげられる。いずれにせよ、最近では企業が就職活動の一環としてインターンシップを活用していることから、そのようなインターンシップとの差別化、特に教育効果の向上がもとめられている。

上記のようにさまざまな事業が実際に行なわれているが、大学コンソーシアムの役割が地域貢献であることは明らかである。岡崎・赤松（2016）によれば、全国大学コンソーシアム協議会の設立趣旨から「教育や研究それ自体が長期的観点からの社会貢献である」という理念を引用し、大学、およびその連合体としての大学コンソーシアムにとって、「地域貢献」はその主たる存在理由であることはもはや疑いを入れないと述べている。一方で社会貢献のあり方についても、さまざまな形態が存在していることが理解できる。

この点は関西観光教育コンソーシアムについてもあてはまり、観光学教育の発展による社会貢献を目指す数少ない組織であるといえる。その面では大学コンソーシアムの活動についての役割を果たしながら、多様な事業展開が考えられる。

IV. 関西観光教育コンソーシアムの事業内容

以下では、過去5年間の関西観光教育コンソーシアムの事業内容を要約する。2012年12月に和歌山大学観光学博士課程設置に向け、関西圏の主な観光系大学を対象に観光高等教育の発展に資する組織の呼びかけを行い、翌2013年3月24日、第1回関西観光教育コンソーシアム設置準備委員会が開催された。同年5月28日、第2回準備委員会を経て、8月6日、関西観光教育コンソーシアムの設立に至った。設立当初の構成員は、11正会員（7大学、3学部、1機構）、8準会員（教員個人）、1賛助会員（1大学）であった。2017年8月現在では正会員13校、準会員9名、賛助会員11団体まで増加し、産官学界で連携した活動を行っている。

現時点での正会員として、大阪学院大学、大阪観光大学、大阪成蹊大学・大阪成蹊短期大学、大手前大学、京都外国語大学、京都文教大学、神戸海星女子学院大学、神戸山手大学、阪南大学、プール学院大学、立命館大学、和歌山大学、大阪国際大学国際教養学部の12大学・1学部が加盟している。同時に準会員として9人の個人会員が、賛助会員として11団体がそれぞれ所属している。9名の準会員は全員が関西圏の大学の研究者である。賛助会員は旅行業などの企業だけでなく、学校法人やNPO法人なども含まれる。

関西観光教育コンソーシアムでは、大学の入学を「入口」、企業への就職を「出口」と区分し、その間にある「真ん中」を教育と考えている。このような3つの段階で「観光学」に特化した事業を実施している。以下では、それぞれの段階の具体的な内容について紹介する。

まず「入口」に関する事業については、主として、将来、大学への進学を希望する高校生を対象としている。訪日外国人旅行者の増加や2020年東京オリンピック・パラリンピック効果もあり、「観光」産業が注目されて久しい。高校生に「観光学」の学びを広く知ってもらい、入学志望者増加に結び付けるため、どの大学でどのような「観光」の学びが提供されているか総合的にアピールする機会が必要である。

そこで、コンソーシアム設立1か月後の2013年9月20日、追手門学院大学梅田サテライトキャンパスにおいて「大学フォーラム」を開催した。中村好明氏（ドン・キホーテグループ：（株）ジャパンインバウンドソリューションズ代表取締役社長）を講師に招き「観光産業の広がり」と大学の役割」をテーマに基調講演を行った。基調講演に続いて各大学によるプレゼンテーション、大学個別相談会を実施し、高校生、教員を含む高校関係者21名、塾関係者31名が来場した。会員間交流は実現できたものの、高校関係者の集客が伸びなかった。その理由として、十分な広報活動ができなかったことが考えられる。以後、入学関連事業について複数の大学教育関連団体などと情報交換を重ねたが思わしい連携先が見つからない状況が続いた。

2014年3月開催の初年度コンソーシアム総会において、「入学関連事業に関しては、大規模イベントへの出展が有効である」との会員大学からの提案が承認されたのを受け、毎年6月に開催されている「夢ナビライブ大阪会場」の主催団体である株式会社フロムページの担当者と交渉を始めた。「夢ナビライブ」は、国公立・私立大学が多数集結する合同進学ガイダンスであり、大学説明ブース、模擬講義、まなびステーションの3つのコーナーから構成され、学問を紹介する「まなびステーション」が「観光学」を広報する絶好の機会と考えた。

同社では「夢ナビライブ」の出展は大学単位が基本であり、コンソーシアムという任意団体での出展は初めてとのことであったが、当時「まなびステーション」の展開に力を入れている同社と当コンソーシアムとの狙いが一致し、「観光学」ブースへの出展が決定、2014年6月に初出展することができた。以降、2017年度まで4年連続で出展している（表1挿入）。

表1 夢ナビライブ大阪会場「まなびステーション」の実績一覧

回	開催日	ブース 訪問者数	全体 来場者数	ガイダンス 担当大学
第1回	2014年 6月21日	105名	18,242名	9校
第2回	2015年 6月20日	103名	21,946名	11校
第3回	2016年 6月18日	126名	24,701名	10校
第4回	2017年 6月17日	123名	26,409名	10校

（参考）関西観光教育コンソーシアム内部資料より

2016年には前年度のブース訪問者の所属校進路指導教員宛に夢ナビライブ出展の挨拶状送付を開始した。全体来場者数増加との相乗効果で、ブース訪問者が約2割増加した。前年までは相談者がいない時間もあったが、2016年、2017年は順番待ちの高校生が絶えず、「観光学」がより浸透してきていると実感できた。

ガイダンス教員は正会員大学1校につき1名の担当を割り当てている。会員大学の中には大学説明ブースに出展している大学もあるが、観光学を専門としている教員が大学説明ブースで進学相談に対応しているとは限らない。また「観光」という言葉を冠する学部・学科でないと、観光学に興味のある高校生はその大学ブースを訪れることはない。

そこで、まなびステーションに出展することにより、観光に興味を持つ高校生が訪れ大学教員が「観光学」の学びを直接説明することで、その大学に興味を持ち、各大学個別相談ブースへ誘導することもできる。高校生が「歴史と伝統」のある既存大学をその知名度により選ぶのではなく、「学問領域」を念頭に大学を選ぶということである。

これまで「模擬講義」を聴講した高校生が「観光学」に

興味を持ってまなびステーションを訪問する例もあった。このように夢ナビライブ「まなびステーション」への出展は、大学教員が直接高校生に解説することができ、かつ同会場内での模擬講義や大学説明ブースと連携することによって、観光学を目指す高校生の裾野を広げる効果があると考ええる。

また、2017年のガイダンス教員対象のアンケートでは、「観光学の学びを高校生にアピールする機会として、出展は有意義であったか」という問に対し、教員10名中6名が「とてもよい」、3名が「よい」という答えであった（1名アンケート未回収）。一方で、まなびステーションでガイダンス対応した高校生の進路に関する追跡調査はできていないが、2016年のアンケートでは、阪南大学教員より夢ナビでの話をきっかけに観光に興味を持ち同大学に入学したという事例も報告されている。

次に出口となる就職支援事業である。入学関連事業と同様、就職支援事業においても「観光学」を企業関係者に広く知ってもらうことから活動を始めた。まず設立初年度に、観光・ホスピタリティ産業関連企業を対象として、「観光学関連教育機関によるホスピタリティ産業向け説明会（2014年2月21日）」を開催し、会員大学の学生・教職員が、各大学での教育内容・ゼミ活動・学生志向など「観光の学び」についてプレゼンテーションを行った。大学関係者54名、企業関係者37社45名が参加し、産学担当が直接情報交換できる機会となった。

2年目以降は、観光関連企業と観光学を学ぶ学生との接点の場として、全学年を対象とした「企業研究フェア」を開催している（表2挿入）。出展企業のアンケート及び事後ヒアリング調査では、インターンシップや採用につながっている例もあると報告されている。大学関係者からも、同フェアに参加した学生は就活意識が高められると評価が高く、特に多くの学生がフェアに参加している大阪成蹊短期大学では2016年3月卒就職率100%を達成した。

表2 企業研究フェアの実績一覧

回	開催日	会 場	参 加 学生数	出 展 企業数
第1回	2014年 12月14日	追手門学院 大学大阪城 スクエア	339名	20社
第2回	2015年 9月5日	大阪産業 創造館	52名	9社
第3回	2015年 12月26日	大阪産業 創造館	196名	13社
第4回	2016年 12月11日	大阪産業 創造館	279名	27社

※第2回についてはツーリズム・ホスピタリティ業界合同企業説明会として4年生のみ対象としている。

（参考）関西観光教育コンソーシアム内部資料より

2016年度より企業研究フェア組織委員会及び実行委員会を組織し、会員大学の要望を具体的に反映し、学生により有意義なコンテンツを企画している。2016年は外国人留学生の就職先を求める要望を受け、その意図を企業に説明し、留学生採用に積極的な企業の出展につながった例もあった。また中小規模の企業を対象に少人数で対応できる「コモンエリア」コーナーを設定し、地方の旅館や初出展の企業団体を中心に幅広い分野の企業が出展した。今年も4月より組織委員会及び実行委員会を組織し、大学・企業双方のリクエストを組み込みつつ、学生来場数500名を目標に会場を2フロアに拡大して準備を行っている。

2017年12月16日(土)に開催予定の「ツーリズム・ホスピタリティ業界 企業研究フェア」も大阪産業創造館を会場としている。当フェアはコンソーシアム会員大学への周知の他、ホームページやフェイスブックでも広報しており、非会員大学の学生であっても参加できる。しかしながら、実際には会員大学の教員による積極的な学生集客によるところが大きい。3年次の12月という時期では、まだ就職活動の意識に個人差があり、フェア開催時に参加学生自身が効果を実感しているかどうか調査は行っていないが、この時期に他大学の学生の動向を直接見ることで意識が高まり、結果的に翌年の就職活動において効果が見られているとの感想が複数の会員大学教職員より寄せられている。

2015年9月5日、4年生を対象とした就職説明会「ツーリズム・ホスピタリティ業界合同説明会」を実施したが、参加学生数52名、出展企業5社、就職支援企業団体4社という結果から、学生、企業双方の需要が高いとは認められなかったため、以後開催には至っていない。やはり就職関係のイベントは早期に開催することが必要であると考えられる。

最後に入口と出口の間にある真ん中に相当する教育について説明する。学生、教職員それぞれの立場から「学生活動成果発表会」や「教育事例発表会」を毎年開催している。「学生活動成果発表会」では、観光関連業界関係者を対象に会員大学の学生が日ごろの研究・ゼミ活動の成果を発表する。各大学の特色と幅広い「観光」の学びを学外に紹介できるとともに、他大学の活動を知ることで学生自身の研究活動のよい刺激になると考える。また、同発表会を通して企業関係者と学生、大学教職員が直接情報交換できる機会を提供できる。第2回目からはコンソーシアム賛助会員を中心とした審査員による審査・評価を行なっている。優秀発表には賞状と賛助会員から提供された副賞を授与し、大会員と賛助会員との交流の活性化を図っている。

「教育事例発表会」では、会員大学教職員と観光関連業界関係者がテーマに沿って教育事例や意見を発表し、大学における観光学教育について会員間で議論する場を設定している。大学教員や観光関連企業団体がそれぞれの立場から「観光教育」「人材育成」に関して議論を重ね、新たな

気づきを共有し、観光教育の質的向上に向けて産官学間での交流を図っている。また、大学教職員が賛助会員の企業関係者と共通のテーマでの議論を通じて情報交換することにより、あらたな産学連携に繋がることを意図している。

上記以外の付随事業として、出版事業とメールマガジンなどの各種情報配信があげられる。出版事業の中心はコンソーシアム紹介冊子『観光学』であり、2014年度より、正会員及び一部の準会員を掲載したコンソーシアム紹介小冊子『観光学』を発行している。2017年度実績は500部、全34ページを発行した。正会員A4見開き2ページ、準会員A4半ページを割り当て、各会員がページ原稿を作成し、コンソーシアム事務局で取りまとめている。主に夢ナビライブ「まなびステーション」の来場者への配布資料、企業や他大学への広報資料として活用している。コンソーシアム事務局(観光実践教育サポートオフィス内)にて希望者に無料配布している。

メールマガジンについては、月1回配信している。2014年12月より配信を開始し、2017年11月現在で第36信まで達した。対象はコンソーシアム会員の他、コンソーシアム主催事業参加者(学生、企業、大学関係者)、及びこれまでにコンソーシアム事務局と交流のある企業、自治体、関連省庁、大学など教育機関など約800名を対象に配信している。また、コンソーシアム会員内での情報共有として、各会員大学のセミナー案内、求人情報、その他観光関連の有意義な情報を継続的に配信している。

上記で、関西観光教育コンソーシアムの主要な活動内容についてまとめた。大学コンソーシアム京都を代表とした地域の大学コンソーシアムとは異なり、観光学という特定の学問分野を対象としているため、事業内容が異なる部分は存在する。差異については、今後の事業内容の改善につなげる必要がある。

V. 今後の課題と展望

以上で、観光学教育の現状と課題について述べ、その後、大学コンソーシアムの役割と効果について、大学コンソーシアム京都の事例を中心に説明した。さらに関西観光教育コンソーシアムの5年間の活動についてまとめた。観光学を対象とした関西観光教育コンソーシアムの独自性について明らかになったといえる。最後に事務局を担った立場から関西観光コンソーシアムの今後の課題と展望について整理する。

これまでの活動からも明らかになったように、関西観光教育コンソーシアムでは大学、企業、および高校生(または受験生)という3つの利害関係者が存在している。まず大学側の意見としては、組織運営の問題があげられる。2013年設立以降、代表幹事に和歌山大学長が就任し、事務局を和歌山大学観光学部が担い、観光学部教員が事務局長を務めている。正会員大学の代表が幹事を務めているものの、実際には一大学でコンソーシアムを運営している形となっており、将来この運

営体制が続くとなると、担当校の負担が大きく、コンソーシアム自体の継続が難しくなることが容易に予想される。

今後継続してコンソーシアムが発展していくためには、外部団体に事務局業務を委託し、各大学関係者が定期的に運営会議に参加するなど、個々の大学が人材・費用の両面から参画しやすい体制を整えていく必要がある。しかしながら学外に事務局の拠点を置く資本を継続的に負担する資金力は不十分である。したがって、次のステップとしてコンソーシアム活動を十分に理解し、サポート可能な団体に業務委託することが望まれる。委託先としては観光関連産業に精通し、コンソーシアムと共存することで委託先組織での業務を発展させることができる団体が望ましい。

一方でコンソーシアムの「顔」でもある代表幹事を持ち回り制にすることについて、正会員大学の意見は分かれる。ある私立大学が代表幹事や事務局長を担い、事業運営を行う場合、はたして他の私立大学と利益が競合する場合に公平な組織運営が可能か不信感を有するという意見もある。したがってコンソーシアム運営体制が確立されるまで当面の期間、大学院観光学研究科博士後期課程を有し、観光学教育を牽引している国立大学法人和歌山大学が代表を担うのが妥当であり、また国立大学唯一の観光学部を有する和歌山大学の使命でもあるといえよう。各校が協力しやすいように組織の代表は和歌山大学長が務めた上で、実務については各大学が参画意識を持って意見を出しやすい環境を整えるよう規約を見直す必要がある。

会員大学の参画状況は大学によって温度差があり、当然のことであるがコンソーシアム窓口を担う教職員の裁量や担当科目との関連性によるところが大きい。各大学内でコンソーシアムの活動がどれだけ広められているか、担当教職員の個人の意識や裁量に委ねられている。より活動を広めていくためには、担当者以外の教職員が参画しやすい、参加したくなるような事業を進めることが望まれる。例えば、自治体が主催する講演会や地域の高校に会員大学から講師を派遣し「観光」について講義を行うなど、「観光学」を広め、かつ、「大学」を知ってもらう機会の創出が今後の事業において必要であろう。会員大学教員を「講師登録」し講演会ビジネスを展開していくのも一案である。

大学連携については、各種イベントや企画事業への参加があげられる。これまで大学教員がゼミ単位で参加していた旅行企画コンテストをコンソーシアム内で情報共有することで、各大学では学生が成果を発表する機会を増やすことができた。主催者にとっては参加者増加により、なお一層イベントの盛り上がりや知名度の向上に期待ができる。例えば、三重県名張市主催「なばり旅コンテスト」や日本旅行業協会関西支部、関西エアポート株式会社主催「関空発学生と旅行会社でつくる海外旅行企画」などがあげられ、会員大学の応募により受賞に至る事例もみられている。

さらに各大学で実施するセミナーを紹介することで教員が大学や専門分野の垣根を超えて情報を得ることができ、また、他大学の取り組みを実際に見ることで「何を」「いかに」教えるか（学ぶか）を考え、観光学教育の質的向上も期待できることもある。

次に企業側の意見である。企業研究フェア企業アンケートの満足度は、2015年度が83%（大変満足25%、満足58%）、2016年度が90%（大変満足38%、満足52%）に達する。フェアが観光を学ぶ学生と観光関連企業をつなぐ絶好の機会を創出し、採用活動のみならず、産業界と大学教職員との交流にも貢献している。毎年12月に実施される同フェアは学生の立場からはいち早く就職活動の準備にとりかかれるという利点があり、企業にとっては採用活動の初期段階で学生の志望企業候補となるという目的が達せられ、学生・企業双方から好評である。実際に同フェアで出会った企業に翌年応募し、採用された学生も存在している。参加学生は年々変わるので追跡調査は難しいが、会員大学では同フェアへの参加学生はその後の就職活動が円滑に進み、就職率100%を達成したという報告もなされている。フェア会場には大学教員も来場し、企業・大学双方の担当者の顔が見える「程よい規模感」のイベントであることが学生の安心感にもつながり、就職活動のスタートへの不安を取り除く要素にもなっていると思う。優秀な人材を観光業界に輩出することは関西観光教育コンソーシアムの使命であり、大学コンソーシアム京都のような独自インターンシップ・プログラムの開発も含めて、多様なニーズを構築することがもてめられる。

最後に高校側の意見である。高校生にとって、比較的新しい学問である観光学部で学ぶ内容について提示することは、観光学部を進学リストに入れることも想定できる。夢ナビにおいても高校生の満足度は高い傾向にある。しかしながら、まだまだ高校の教員レベルの観光学教育に対する認知度が高いとはいえない。高校生へのきっかけづくりという面では成功しているものの、高校の先生や高校生の保護者への広報活動を行う必要がある。特に出口問題である就職に対するイメージの確立は重要である。観光業界というと、旅行業、交通業、宿泊業、飲食業や娯楽業など多様な産業で構成される。このような幅広い出口がキャリアを形成する上でのわかりにくさにつながっている可能性がある。今後も実際に現場で活躍している人が直接、高校生、保護者、高校の先生など話しかける機会を設ける必要がある。

関西観光教育コンソーシアムが歩んできた5年間を振り返りつつ、一定の成果を残してきたという自負も存在する一方で、残された課題の大きさを痛感することにもなった。周知のとおり「観光学」は人文科学・社会科学・自然科学の多彩な分野から構成されている総合的な学問で、大学においては、地域の歴史・文化・産業を通じたまちづくり、市場調査や経営マネジメント、メディア・語学・ホスピタリティなど多岐にわたる教育

がなされている。それぞれ単独の大学、専門分野での活動範囲は限られるが、関西観光教育コンソーシアムでは大学間で連携し、「観光学」という大きなフィールドでの活動を通して、「観光学」という学問の社会への認識、存在感の強化を図ってきた。

これまでの5年間、和歌山大学観光学部が事務局としてコンソーシアムを牽引してきた一方、会員大学の役割分担について議論する機会がなく、これまで事務局に従う形でコンソーシアム運営がなされてきた。今後コンソーシアムがより発展するためには、各大学が積極的に運営に関わりその役割を果たすことが必要と考える。そのためにはコンソーシアムをより広く知ってもらい、その意義を高めるよう産業界、関連省庁、観光関連団体との交流を広めていく必要がある。その結果が観光立国となるための道筋であるといえる。

参考文献

- 大学コンソーシアム京都 (2017 a) 『全国コンソーシアム協議会事業 (事務局運営)』最終閲覧日 2017 年 11 月 30 日,
<http://www.consortium.or.jp/project/zenkoku-conso/office>
- 大学コンソーシアム京都 (2017b) 『財団概要』最終閲覧日 2017 年 11 月 30 日, <http://www.consortium.or.jp/info/overview>
- 大学コンソーシアム京都 (2017c) 『単位互換制度について』最終閲覧日 2017 年 11 月 30 日,
http://www.consortium.or.jp/special/tani_bokan/about.html
- 大学コンソーシアム京都 (2017d) 『生涯学習・京カレッジ』最終閲覧日 2017 年 11 月 30 日,
<http://www.consortium.or.jp/project/sg/details>
- 大学コンソーシアム京都 (2017e) 『2017 年度インターンシップ・プログラム実施報告書』最終閲覧日 2017 年 11 月 30 日,
http://www.consortium.or.jp/wp-content/uploads/page/6533/2017intern_houkokusho.pdf
- 関西観光教育コンソーシアム (2017) 『コンソーシアムについて』最終閲覧日 2017 年 11 月 30 日,
<https://www.kanko-cons.com/> コンソーシアムについて /
- 前田 勇 (2015) 「大学における観光教育—現状分析と課題の考察」『観光学術学会第 4 回大会発表要旨集』: 22-23.
- 光藤 昇 (2016) 「松山大学と大学コンソーシアムえひめのインターンシップ・プログラム形成史」『松山大学論集』28 (4): 365-390
- 中元一恵 (2017) 「和歌山大学における観光学教育研究の高度化と国際観光学研究センターの役割」『21 世紀 WAKAYAMA』86: 15-17.
- 小畑力人 (2009) 「大学教育の質的転換と観光教育」『和歌山大学観光学部設置記念論集』(pp.55-76.) 和歌山大学観光学部
- 岡崎 裕・赤松純子 (2016) 「広域型連携による高等教育実践における成果と課題 (1) —地域大学コンソーシアムとの連携による地域市民教育への総合的取り組み—」『和歌山大学教育学部紀要教育科学』66: 73-89.
- 田中浩司 (2016) 「全国の大学コンソーシアムの展開とキャンパス・コンソーシアム函館の位置——一つの記録として——」『函館大学論究』47: 259-292.
- Tribe, J. (Ed.). (2009). *Philosophical issues in tourism*, Channel View Publications.
- 山田良治 (2016) 「第 3 章 大学教育と観光教育」大橋昭一・山田良治・神田孝治 『ここからはじめる観光学—楽しさから知的好奇心へ』
- (pp.17-26.) ナカニシヤ出版
- 矢嶋敏朗 (2013) 「旅行会社と観光系学部・学科の教育連携に関する考察」『日本国際観光学会論文集』20: 55-61.